

MARIA CLARA AQUINO BITTENCOURT &  
DANIEL BITTENCOURT

## A MUDIATIZAO DO ROCKIN1000 ALCANOA O FOO FIGHTERS: ESPALHAMENTO E CONVERGÊNCIA COMO MECANISMOS DE CIRCULAÇÃO

*LA MEDIATIZACIÓN DE ROCKIN1000  
ALCANZA LOS FOO FIGHTERS: DISPERSIÓN  
Y CONVERGENCIA COMO MECANISMOS DE  
CIRCULACIÓN*

*THE MEDIATIZATION OF ROCKIN1000 REACHES  
FOO FIGHTERS: SPREADING AND CONVERGENCE  
AS MECHANISMS OF CIRCULATION*

*Recebido em: 30 set. 2015*

*Aceito em: 1 fev. 2016*

**Maria Clara Aquino Bittencourt:** Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo-RS, Brasil)  
Professora e pesquisadora do PPGCOM da Unisinos. Pós-Doutora em Ciências da Comunicação pelo mesmo programa. Doutora e mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS.  
**Contato:** [aquino.mariaclara@gmail.com](mailto:aquino.mariaclara@gmail.com)

**Daniel Bittencourt:** Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo-RS, Brasil)  
Coordenador do curso de Comunicação Digital da Unisinos, graduado em Jornalismo e mestre em Comunicação. Um dos cocriadores do Redenção. cc, projeto que buscou resgatar a memória afetiva do porto-alegrense sobre seu parque mais amado, a Redenção.  
**Contato:** [daniel.bittencourt@gmail.com](mailto:daniel.bittencourt@gmail.com)

ISSN (2236-8000)

## RESUMO

Na Itália, o projeto Rockin1000 reuniu mil roqueiros ao ar livre para tocar uma canção da banda americana de rock Foo Fighters e sensibilizar seus componentes a fazer um show em Cesena. O foco deste artigo é sobre a construção e a realização do Rockin1000, na tentativa de compreender como a midiáticação potencializou o alcance do projeto, criando um circuito de divulgação que deu origem a outros dois subcircuitos. Para tal, traçamos um caminho que inicia com uma discussão sobre a noção de mídia de espalhamento, direcionando a reflexão sobre como a convergência midiática embasa o projeto que envolve atores, mídias e suportes diversos. Em seguida, adentramos o conceito de midiáticação, buscando identificar os circuitos e subcircuitos que o projeto estabeleceu durante suas fases de planejamento e execução.

**PALAVRAS-CHAVES:** rockin1000; midiáticação; circulação; convergência; espalhamento.

## RESUMEN

En Italia, el proyecto Rockin1000 reunió a mil rockeros al aire libre para jugar una canción de la banda estadounidense de rock Foo Fighters y sensibilizar a sus electores a hacer un show en Cesena. El objetivo de este artículo es sobre la construcción y terminación de la Rockin1000 en un intento de entender cómo la mediatización potenció el alcance del proyecto, la creación de un circuito de comunicación que dio lugar a dos subcircuitos. Para ello, se dibuja un camino que se inicia con un análisis de la noción de la dispersión de los medios de comunicación, la dirección de la reflexión sobre cómo la convergencia de medios subyace en el proyecto que involucra a actores, medios de comunicación y diversos suportes mediáticos. Luego entramos en el concepto de mediatización, buscando identificar los circuitos y subcircuitos que el proyecto ha establecido durante sus fases de planificación y ejecución.

**PALABRAS-CHAVES:** rockin1000; mediatización; circulacion; convergencia; dispersión.

## ABSTRACT

In Italy, the Rockin1000 project brought one thousand rockers outdoors to play a song by American rock band Foo Fighters and sensitize their constituents to do a show in Cesena. The focus of this article is about the construction and completion of the Rockin1000 in an attempt to understand how the media coverage potentiated the scope of the project, creating a communications circuit that gave rise to two subcircuits. To do this, we draw a path that starts with a discussion of the notion of scattering media, directing the reflection on how media convergence underlies the project involving actors, media and various media. Then we enter the concept of media coverage, seeking to identify the circuits and subcircuits that the project has established during its phases of planning and execution.

**KEYWORDS:** rockin1000; mediatization; circulation; convergence; spreading.

## INTRODUÇÃO

Em maio de 2014, um grupo de italianos fãs da banda americana de rock Foo Fighters se reuniu para levar adiante um projeto que ganhou o nome de Rockin1000<sup>1</sup>: O objetivo do grupo era organizar um ato para sensibilizar a banda a tocar em Cesena, uma comuna italiana da região da Romagna, onde o Foo Fighters havia tocado em 1997. No dia 30 de julho de 2015 o projeto foi concretizado através da publicação de um vídeo que mostrava mil roqueiros (cantores, baixistas, guitarristas e bateristas) tocando, todos juntos, ao mesmo tempo, sob a regência de um maestro, num espaço ao ar livre, o sucesso *Learn to Fly*. No mesmo dia em que o vídeo gerou milhões de visualizações a página oficial do Foo Fighters compartilhou a produção duas vezes, uma parabenizando os fãs e na outra prometendo o show em Cesena.<sup>2</sup>

Além das transformações pelas quais passam a relação dos artistas com seus fãs (JENKINS, 2006) devido à diferentes possibilidades que se abrem desde a experiência de consumo da música até às formas pelas quais os artistas se posicionam nas redes, interagindo com os fãs e promovendo seus produtos midiáticos através de uma pluralidade de formatos, o caso ilustra algumas questões relacionadas ao desenvolvimento das tecnologias e mídias digitais de comunicação, como as dinâmicas de compartilhamento e espalhamento (JENKINS, GREEN & FORD, 2013) de um conteúdo; a importância dos sites de redes sociais (RECUERO, 2009) para a visibilidade de um projeto coletivo; a participação (SHIRKY, 2011) como vetor central no processo de engajamento em torno do projeto; a convergência midiática impulsionada pelas apropriações técnicas movidas pelas dinâmicas sociais e culturais em torno de conteúdos midiáticos (AQUINO BITTENCOURT, 2012), entre outras. Hoje, uma série de elementos técnicos contribui para apropriações de mídias e tecnologias, tanto por parte de artistas quanto dos fãs, transformando processos e dinâmicas em torno de conteúdos que extrapolam seus formatos originais e avançam por outros meios, mídias e formatos. Nosso foco é sobre a construção e a realização do Rockin1000, na tentativa de compreender como a midiatização potencializou o alcance do projeto, atingindo a banda, de acordo com o objetivo inicial do grupo. Para tal, traçamos um caminho que inicia com uma discussão sobre a noção de mídia de espalhamento (JENKINS, GREEN & FORD, 2013), direcionando a reflexão sobre como a convergência midiática (AQUINO BITTENCOURT, 2012) embasa o projeto que envolve atores, mídias e suportes diversos. Em seguida, adentramos o conceito de midiatização, buscando identificar os circuitos e subcircuitos (BRAGA, 2012) que o projeto estabeleceu durante suas fases de planejamento e execução.

### 1. ESPALHAMENTO E CONVERGÊNCIA COMO MECANISMOS DE CIRCULAÇÃO

Com foco no impacto que as comunidades em rede desempenham na circulação das mídias, Jenkins, Green & Ford (2013) trabalham a ideia de *spreadable media*<sup>3</sup>. A noção de espalhamento tem origem nos usos e apropriações de tecnologias e dispositivos que estimulam a circulação de conteúdos diversos. Sob a premissa de que o que não se espalha está

<sup>1</sup> <http://www.rockin1000.com>

<sup>2</sup> No item 3 descrevemos e discutimos toda a cronologia dos fatos em torno do Rockin1000.

<sup>3</sup> A tradução para o português utiliza a expressão “mídia propagável”. Optamos pelo uso da expressão “mídia de espalhamento” ou apenas “espalhamento”, por já termos utilizado anteriormente em outros textos. Entendemos também que o verbo espalhar é mais adequado para a compreensão que fazemos da argumentação dos autores.

morto, a argumentação dos autores é fundamentada no raciocínio de que as transformações sociais e culturais, para além do desenvolvimento da tecnologia, são responsáveis pela reconfiguração de modelos de distribuição de conteúdos em função da capacidade que as audiências adquirem, através das redes, de fazer um conteúdo se espalhar. Para elucidar a compreensão sobre espalhamento os autores o contrapõem ao modelo de aderência, mas não os encaram como opostos. O objetivo com a contraposição é mostrar os limites de modelos com foco exagerado na aderência.

Enquanto os modelos baseados em aderência se concentram em contar os membros de uma audiência, deixando claro quem são os produtores e os receptores, os modelos pautados pelo espalhamento consideram as conexões entre os indivíduos, que alternam funções emissoras e receptoras através de processos colaborativos e são capazes de promover a circulação dos conteúdos devido às interações em torno dos mesmos. Os modelos de aderência funcionam através da atração estimulada pela disponibilização de um conteúdo num determinado local, como se fossem direcionadas para o que chamam de destinos grudentos, pois ali permanecem, sem circular por outros espaços. Diferente desse mecanismo que prima por atrair e manter a pessoa num único espaço, o modelo de espalhamento incentiva a produção de conteúdos através de formatos que possam ser facilmente compartilhados e moldados de acordo com contextos diversos. Enquanto o modelo de aderência funciona voltado para a distribuição organizada de um para muitos, o paradigma do espalhamento volta-se para a circulação, com foco no engajamento ativo das audiências. Apesar das diferenciações elencadas pelos autores, os modelos de aderência e espalhamento possuem uma estreita relação, pois o espalhamento gerado pelas apropriações que ocasionam a circulação é também fundamental para a configuração da aderência, que também acaba dependente das apropriações. Jenkins, Green & Ford (2013) entendem que tais modelos, de aderência e espalhamento, devem coexistir, considerando que canais de mídia de massa ainda possuem valor no espalhamento e no compartilhamento de conteúdos, justamente em função de seu alcance e visibilidade. Em casos como o do Rockin1000 identificam-se comportamentos que ilustram o modelo de espalhamento construído a partir das apropriações que resultam numa conjuntura de engajamento forjada através do atravessamento entre uma série de dispositivos e interações.

A circulação de conteúdos através de sites de redes sociais é foco de autores como Recuero (2014, online), que enxerga na apropriação simbólica desses sites a construção de um espaço social onde são geradas práticas que ressignificam seus usos. A autora destaca a conversação entre os indivíduos através desses sites como uma prática capaz de gerar novos sentidos entre os atores. Ela entende que “esses sentidos são constantemente adaptados e reconstruídos pelas redes sociais que estão em movimento na ferramenta, pela dinâmica sistêmica que envolve esses grupos.” A conversação é um elemento que impulsiona o espalhamento, pois nos sites de redes sociais aciona mecanismos das ferramentas que contribuem para o aumento da visibilidade dos conteúdos comentados, estimulando assim a circulação. Zago (2014), sobre a circulação de conteúdo no Twitter, trabalha a ideia de re(circulação), também mencionada por Jenkins, Green e Ford (2013), ao identificar como os usuários recirculam conteúdos publicados por veículos

jornalísticos. Fundamental para a construção da visibilidade e consequente ampliação da mesma pelos sites de redes sociais, o projeto aqui analisado estabeleceu presença em diferentes sites de redes sociais, visando assim o estabelecimento de um conjunto de redes pelas quais o conteúdo seria posteriormente espalhado.

Algumas particularidades dos sites de rede social são capazes de gerar valores diferenciados específicos para os indivíduos que neles atuam, segundo Recuero (2014); referindo-se a noção de capital social. Considerando, grosso modo, essa noção como os valores que um indivíduo obtém ao fazer parte de uma rede social, Recuero (2014) afirma que a participação em grupos e rede se dá pela percepção do valor que tal participação agrega ao indivíduo. Dessa forma, quanto mais contatos, maior a possibilidade de aumento do capital social. A estratégia de levar aos sites de rede social um projeto com o objetivo do Rockin1000 não foi apenas com foco na distribuição dos conteúdos produzidos para divulgação, mas principalmente pelo valor das conexões de cada indivíduo que contribuiu para a circulação desses conteúdos. Logo, um modelo de espalhamento baseado na circulação pressupõe a interligação de formatos diversos, o que permite compor um processo de convergência atrelado à efetivação do modelo.

Atuais processos de convergência midiática concedem à tecnologia um papel fundamental. Não há como, no entanto, ignorar o peso do elemento humano na constituição de tais processos. A atuação de diferentes atores comunicacionais que, através da apropriação tecnológica, interferem em processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos vem ao encontro do que abordamos anteriormente sobre um modelo comunicacional baseado no espalhamento. Tomamos aqui como premissa básica, com base em Aquino Bittencourt (2012), o entendimento de que a convergência midiática não se resume aos elementos técnicos envolvidos nos fenômenos, mas também nos aspectos sociais e culturais que fazem parte de um processo em que as apropriações e os usos de mídias diversas contribuem para a circulação de conteúdos.

Antes mesmo de os sites de redes sociais demonstrarem a consistência do argumento de que a apropriação é fundamental para que o cenário midiático sofra alterações e reconfigurações, autores como Castells (2002), Lévy (1993) e Lemos (1997) já apresentavam esse posicionamento. A ideia de apropriação é pensada aqui no âmbito das tecnologias digitais de comunicação e, com base na recuperação conceitual que Barbosa e Liesenberg (2013) apresentam, também compreende-se a apropriação como um processo de interação e modificação na forma como a tecnologia é utilizada e no quadro social em que está inserida. Sobre a convergência, em específico, nosso entendimento é o de que, além de reunir funcionalidades e capacidades técnicas em um único suporte ou dispositivo, o fenômeno agrega a atividade de indivíduos que, a partir do uso de diferentes tecnologias e formatos, são capazes de ressignificar modos de produção e consumo, alterando consequentemente o fluxo de circulação de conteúdos midiáticos.

Para entender a convergência, Killebrew (2009) coloca como ponto fundamental a compreensão não só do âmbito tecnológico, mas também das dinâmicas que se reconfiguram passando de um esquema

um-todos para esquemas fundamentados em participação e diálogo - e aqui remetemos à discussão sobre conversação nos sites de redes sociais abordada por Recuero (2014). O autor entende que hoje o controle desses diálogos ora está nas mãos dos emissores, ora na mão de receptores, que intercambiam-se de posição a todo momento. A proliferação de experiências colaborativas em processos de circulação de conteúdos está diretamente associada com a multiplicação das interligações midiáticas, que ampliam as trocas de papéis, potencializam relações de interação e assim contribuem para a configuração de novas práticas comunicacionais através de múltiplos espaços online. O fenômeno se coloca como um pressuposto da noção de espalhamento, pois o desenvolvimento de novos de espaços e ferramentas demonstra a potencialização da circulação de conteúdos por diferentes canais. Identifica-se assim a configuração do elemento técnico da convergência, diante da multiplicidade de formatos, mas ao mesmo tempo se enxergam características sociais e culturais em função de como determinadas práticas e hábitos comunicacionais acabam geridos pela atuação coletiva em torno de conteúdos.

## 2. MUDIATIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO

Assim como Gomes (2015, online) se apoia no conceito de midiatização “como um paradigma para analisar e compreender a realidade contemporânea”, nosso entendimento acerca da ideia está calcado no valor das apropriações no seio das mudanças decorrentes dos usos midiáticos. Tomamos de apoio também o argumento de Fausto Neto (2010) de que a apropriação provoca o desenrolar do destino de uma invenção tecnológica através das dinâmicas sociais em torno da mesma. Para pensar a sociedade com base no conceito de midiatização, o autor realiza um movimento de reflexão sobre a intensificação das tecnologias convertidas em meio, processo delineado por apropriações sociais. Braga (2012) aponta como uma das consequências mais significativas da midiatização o atravessamento dos campos capaz de gerar situações indeterminadas e correlatas. A apropriação, nesse sentido, é o motor de tais situações, capazes de desencadear processos de circulação através de esquemas diversos de espalhamento através das redes.

Na busca por diferentes aspectos da midiatização, Gomes (2015) compreende o conceito como chave para descrever tanto o presente como a história dos meios, tendo em vista a mudança comunicativa atual. “É necessário desenvolver uma compreensão de como a crescente expansão dos meios de comunicação muda nossa construção da cultura, sociedade e das diferentes práticas sociais”, explica Gomes (2015, online) para justificar o uso da midiatização para “descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as inter-relações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural”. O caso que vamos analisar reflete um tanto dessas transformações técnicas, sociais e culturais, que também compõem nosso entendimento sobre convergência e que serão pensadas aqui a partir da circulação promovida pelo espalhamento.

Ao refletir sobre a midiatização como a inter-relação entre processos sociais, dispositivos, práticas e produção de sentido, Fausto Neto (2008) constata a configuração de uma nova arquitetura comunicacional, em

que o conceito de circulação se torna central para que se compreenda o crescimento de processos de midiática da sociedade. Novos processos de circulação de conteúdos e de produção de sentidos afetam as relações entre produtores e receptores, ele explica, de modo que surgem novas formas de interação entre diferentes atores sociais, mídias e instituições. Alertando para a necessidade de se perceber o receptor como um polo ativo no processo comunicacional, Fausto Neto (2010) destaca a força da circulação. Tal força é o que nos interessa, pois está diretamente relacionada com a constituição do circuito no caso estudado. Braga (2012) também enfatiza a atividade dos receptores como o elemento que torna a circulação um espaço de reconhecimento e de desvios produzidos pela apropriação, e se refere ao sistema de circulação interacional como uma movimentação social de sentidos e estímulos produzidos pela mídia. Para Braga (2012), mais do que atentar para o relacionamento direto entre produtor e receptor, o que importa é que o receptor dá seguimento ao que recebe, bem como passa adiante as reações ao que recebe. A noção de espalhamento, ainda que não mencionada explicitamente pelo autor, pode ser pensada aqui como um entremeamento ao que Braga considera como sistema de circulação interacional.

Na tentativa de compreender a origem dessa configuração, Braga (2012) relata que não se trata apenas de novos meios, mas da retomada de produtos midiáticos em outros ambientes. Como veremos adiante no caso analisado, o espalhamento impulsiona esta retomada, ampliando a visibilidade e o alcance do conteúdo a partir das apropriações nas redes.

Esse “fluxo adiante” acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais. Em todas essas alternativas, na sociedade em midiática o esforço produtivo para circular se faz na conformação da escuta prevista ou pretendida (BRAGA, 2012: 39, 40).

O que Braga (2012) enquadra como circulação em fluxo contínuo se manifesta na sociedade através de circuitos, que se originam de uma sociedade pré-midiática, com estruturas e instituições definidas historicamente. Quando chega-se ao momento em que a sociedade passa a se constituir em vias de midiática, ele explica que não mais se pode apreender os processos sociais segundo a inclusão de um campo especial mediado pelo campo mediático, pois entende que este campo não é o responsável pela midiática da sociedade, “senão na medida em que todos os campos sociais igualmente o são, cada um com sua incidência específica.” Braga institui em sua argumentação a ideia de atravessamento entre os campos, baseando-se no raciocínio de que a midiática atua como um processo interacional de referência (BRAGA, 2006, ONLINE). “A midiática geral

da sociedade torna inevitável a continuidade entre processos mediáticos e outros processos interacionais de sociedade- que se relacionam crescente e diversificadamente como as interações midiáticas”. Nesse sentido, nossa abordagem acerca da midiática do projeto analisado está relacionada com a força do elemento humano nas interações midiáticas através de usos e apropriações com foco no espalhamento. O sistema de circulação interacional que promove o espalhamento dos conteúdos, nesse caso, se estabelece a partir de circuitos que nascem de trocas e compartilhamentos potencializados pela midiática das dinâmicas sociais.

Os diferentes campos sociais, no seu trabalho de articulação com o todo social, desenvolvem táticas e usos para as tecnologias disponíveis, moldando-as a seus objetivos. Ao experimentarem práticas mediáticas, ao se inscreverem, para seus objetivos interacionais próprios, em circuitos midiáticos, ao darem sentidos específicos ao que recebem e transformam e repõem em circulação – os campos sociais agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de procedimentos da midiática (BRAGA, 2012: 45).

Com base nesse conjunto de considerações sobre midiática, e que faz parte de um recorte específico e restrito diante da amplitude do fenômeno, buscamos no próximo item identificar alguns elementos na condução do projeto Rockin1000 que ilustram a midiática da circulação dos conteúdos com base na convergência e no espalhamento.

### 3. OS CIRCUITOS DO ROCKIN1000

Para sensibilizar Dave Grohl a tocar com o Foo Fighters em Cesena, tinha de ser algo grandioso. Chamar mil roqueiros para tocar uma das músicas da banda foi a ideia de Fabio Zaffagnini, que, em maio de 2014, chamou Claudia Spadoni, Anita Rivaroli, Martina Pieri, Marta Guidarelli, Debora Castelluci, Mariagrazia Canu e Valentina Balzani para formar um equipe e levar o projeto adiante. Em setembro do mesmo ano, percebendo a quantidade de elementos e pessoal necessários para a execução do projeto – assessoria de imprensa, engenheiros, técnicos, angariadores de fundos, designers, webmasters e músicos – o grupo definiu um valor de 40 mil euros para arrecadar, além dos mil músicos a reunir. Um vídeo<sup>4</sup> foi produzido, com um pedido de colaboração para que a meta fosse atingida. Começava assim o circuito de divulgação do projeto.

Com uma narrativa que inicia mostrando como Fabio teve a ideia e compartilhou com seus amigos, o vídeo (fig. 1) é uma edição de cenas em que ele explica a origem da ideia e como pode funcionar. A trilha de fundo é *Best of You*, do Foo Fighters e as cenas mostram o processo que selecionou os músicos. No vídeo, Fabio diz que o projeto parece impossível, mas convida as pessoas que acreditam na ideia a doar dinheiro para a execução ou ajudar voluntariamente em Romagna, divulgando assim o endereço do site rockin1000.com, uma fanpage no Facebook<sup>5</sup> e um perfil no Twitter<sup>6</sup>. Em fevereiro de 2015 foi criada uma conta no Instagram<sup>7</sup>. As contas no Vimeo<sup>8</sup>, onde foi publicado o primeiro vídeo, e no Youtube<sup>9</sup>, foram criadas em dezembro de 2014.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://vimeo.com/115166028>

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/rockin1000>

<sup>6</sup> [http://twitter.com/rockin\\_1000](http://twitter.com/rockin_1000)

<sup>7</sup> <https://instagram.com/rockin1000/>

<sup>8</sup> <https://vimeo.com/user35323836>

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC0M4Ze6hXg20b8zeBB6GdjQ>

Figura 1 - Vídeo de divulgação do Rockin1000 no Vimeo



Fonte: <https://vimeo.com/115166028>

O primeiro conteúdo publicado pelo Rockin1000 foi este vídeo (fig. 1), que converge em formato audiovisual, além da proposta do grupo, o objetivo de fazer a ideia circular. Com o conteúdo, de acordo com o site do projeto, o grupo queria criar expectativa através de mensagens não tão claras, despertando assim a curiosidade dos fãs da banda. Esse espalhamento visava não só conferir e ampliar a visibilidade do projeto, fazendo com que músicos e voluntários participassem e que as doações em dinheiro acontecessem, mas criar e aumentar o número de conexões de pessoas com a ideia, para que compartilhassem e ajudassem o pedido a chegar em Dave Grohl. A estratégia para esse objetivo foi disponibilizar o vídeo num site que permite o fácil compartilhamento do mesmo. Jenkins, Green e Ford (2013) destacam sites e plataformas que oferecem facilidades de compartilhamento dos conteúdos, pois possibilitam que qualquer pessoa possa recircular um conteúdo em outros espaços. Facebook e Twitter foram as duas primeiras contas a serem criadas para o projeto. A publicação do primeiro vídeo aconteceu no dia 18 de dezembro de 2014 e não foi preciso mais que um dia para que a informação se espalhasse. No dia 19 de dezembro o grupo relata que veículos de comunicação sobre música como a *NME*, a *Rolling Stone*, a *Virgin Radio*, entre outros dos Estados Unidos ao Brasil e da Argentina ao Canadá, além de toda a Europa, já conheciam e estavam falando sobre o Rockin1000.

Durante a campanha de arrecadação, foi realizada uma festa no Teatro Verdi, em Cesena, que reuniu diversos fãs e demais pessoas envolvidas com o projeto para a apresentação de uma animação<sup>10</sup> (fig. 2) que o grupo produziu para explicar como doar e fazer parte do Rockin1000.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F0ApAYsbErk>

Figura 2 - Vídeu de divulgação do Rockin1000 no Youtube



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=F0ApAYsbErk>

Diferente do primeiro vídeo em que as informações são dadas com um certo tom de mistério, esse segundo vídeo (fig. 2) explica em detalhes a proposta do Rockin1000, apresenta alguns envolvidos na organização e relata dois problemas: reunir os 1000 músicos para tocar e cantar e arrecadar 40 mil euros para cobrir os custos de execução do projeto. A personagem da animação é Fabio, o criador da ideia, que então divulga um formulário em que os músicos podem preencher apontando suas habilidades musicais e postando um vídeo com uma audição; e um link para a doação de dinheiro ao projeto, num site de *crowdfunding*<sup>11</sup>. Caso a meta de 40 mil euros fosse ultrapassada, Fabio prometia uma série de premiações aos colaboradores, custeadas pelo dinheiro extra arrecadado. Também diferente do primeiro vídeo, este foi publicado no YouTube. Sabe-se que esta plataforma tem mais usuários que o Vimeo, e ainda que o grupo não explicita o que motivou a opção pelo Youtube neste segundo vídeo, entende-se que o maior número de usuários deste site contribuiu para o espalhamento do vídeo.

Ao mesmo tempo em que os vídeos eram produzidos, a *fanpage* no Facebook e o perfil do projeto no Twitter eram utilizados diariamente para relatar o andamento do projeto, além de divulgar e promover o espalhamento dos vídeos. A visibilidade da ideia ia sendo ampliada através desses usos e a possibilidade de espalhamento aumentando na medida em que mais pessoas tinham acesso aos conteúdos.

No final de abril de 2015 a campanha de *crowdfunding* foi estendida pois a meta de 40 mil euros ainda não havia sido atingida. Um outro vídeo<sup>12</sup> foi publicado na *fanpage* do Rockin1000, em que Fabio explicava a necessidade de ampliar o tempo de permanência no ar do projeto de arrecadação. Foi no final de maio que o valor foi alcançado, mas ainda assim o montante era escasso para a demanda técnica do projeto. Alguns apelos foram feitos no sentido de que técnicos se envolvessem voluntariamente no projeto ou por um valor abaixo do que costumavam cobrar por outros

<sup>11</sup> <http://ideaginger.it>

<sup>12</sup> Disponível: <https://www.facebook.com/rockin1000/videos/vb.1497986060459054/1594646640792995/?type=3&theater>

trabalhos. No dia 26 de julho foi divulgado um terceiro vídeo<sup>13</sup> (fig. 3), com o teaser oficial do Rockin1000.

<sup>13</sup> Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=v-rS-YxApN4>

Figura 3 – Teaser oficial do Rockin1000



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=v-rS-YxApN4>

O *teaser* mostra Marco Sabiu, o maestro que iria conduzir os 1000 músicos na execução de *Learn to Fly*, do Foo Fighters, caminhando em direção a uma estrutura metálica superior aos 1000 músicos que já estavam em posição. Com duração de 59 segundos, o vídeo termina com uma tela preta apenas com o áudio dos gritos e aplausos ao final da execução da música, que seria o próximo vídeo do Rockin1000. O *teaser* também foi publicado no Youtube e compartilhado nos sites de redes sociais do projeto.

No dia 30 de julho de 2015 o vídeo (fig. 4) dos 1000 músicos tocando e cantando *Learn to Fly*, no Parco Ippodromo, em Cesena, foi ao ar. Após a execução da música pelos 1000 roqueiros, Fabio pega um microfone e diz que espera que o vídeo seja visto por uma grande quantidade de pessoas, mas que a produção toda foi pensada para chegar em apenas 5 pessoas: Chris, Pat, Nate, Taylor and Dave Grohl, os integrantes da banda Foo Fighters. Falando sobre paixão e criatividade, Fabio explica que o que foi feito naquele parque foi um grande milagre, realizado através do trabalho de mais de um ano dos envolvidos. Dito isso, Fabio explica que tudo foi feito para pedir a banda que tocasse em Cesena. Nesse momento, pede que os roqueiros presentes façam barulho para o Foo Fighters. Gritos, palmas, sons de bateria e guitarras erguidas entoam o pedido de Fabio. O barulho permanece e os créditos de todos os participantes do projeto são expostos no vídeo.

Figura 4 – Vídeo oficial do Rockin1000 – Learn to Fly



### Learn to Fly - Foo Fighters Rockin1000 Official Video

Rockin' 1000  
 Inscrever-se 45.219  
 24.930.575  
 + Adicionar a Compartilhar Mais 369.303 4.554

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JozAmXo2bDE>

Na época da divulgação do vídeo a conta do Twitter do Rockin1000 contava com menos de dois mil seguidores, o canal no Youtube com um pouco mais de 10 mil assinantes e o evento no Facebook fechou com participação de pouco mais de duas mil pessoas. Ainda assim, no primeiro dia atingiu 10 milhões de visualizações, chegou ao Foo Fighters e no mesmo dia os canais oficiais da banda (Facebook, Twitter e Youtube) divulgaram um vídeo (fig. 5) em que Dave Grohl respondia ao pedido prometendo uma ida a Cesena. Em novembro de 2015 o show aconteceu, abrindo a turnê europeia da banda.

Figura 5 – Resposta de Dave Grohl ao Rockin1000



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?t=11&v=qD35ASXHmsU>

Em postagem sobre o fato no dia 31 de julho, Recuero (2015) questiona como o vídeo dos 1000 músicos se espalhou tão rápido e atribui a viralização ao fato de o vídeo ser épico e às conexões entre os fãs através da *hashtag* utilizada: #rockin1000. Recuero analisa a *hashtag* no Twitter e mostra que mais do que a conta do Rockin1000, a conta mais citada foi a do Foo Fighters. Para ela, isso significa que “mais do que falar os projeto, os demais fãs contribuíram diretamente para que o vídeo fosse viralizado e a banda o visse” (RECUERO, 2015, ONLINE). Ela também destaca que o impulso que a circulação do vídeo ganhou através do compartilhamento dos fãs fez com que a imprensa desse atenção ao fato, o que também contribuiu para o aumento da visibilidade do projeto. Assim, o que iniciou nos canais criados pelos idealizadores do Rockin1000 acabou na mídia de massa a partir das apropriações feitas pelos fãs, que recircularam o conteúdo até que a mídia tradicional potencializasse ainda mais o alcance do projeto.

Podemos propor o caminho inverso e questionar, ainda que sem resposta, como Dave Grohl ficou sabendo da ideia de Fabio, e o que o motivou a produzir uma resposta imediatamente: pela imprensa ou pelos fãs que recircularam os conteúdos do Rockin1000? Essa resposta é irrelevante diante da proporção que o projeto ganhou nas redes. A circulação de informação em torno da *hashtag* #rockin1000 provavelmente chegou até a banda, principalmente pela vinculação das menções à conta da mesma no Twitter, o que ilustra a força das conexões em torno dos conteúdos.

Compreendemos que o caso do Rockin1000 estabeleceu um circuito de divulgação, que funcionou através da circulação impulsionada pelo espalhamento e pela convergência, como mecanismo principal para a realização de dois objetivos: reunir dinheiro e recursos humanos para a execução do projeto e agregar pessoas que potencializassem a visibilidade da ideia através do compartilhamento nos sites de redes sociais. A figura 6 ilustra nosso entendimento.

Figura 6 – Circuitos comunicacionais do Rockin1000  
**CIRCUITOS COMUNICACIONAIS  
 ROCKIN1000**



Fonte: produzido pelos autores

O primeiro objetivo se configurou como um subcircuito que foi particionado em dois eixos principais: o *crowdfunding* e o recrutamento. O segundo objetivo estabeleceu um subcircuito que lançou mão de seis espaços online onde uma diversidade de conteúdos foi disponibilizada, ao mesmo tempo em que o espalhamento desses materiais era incentivado. Tais conteúdos misturavam informações sobre o *crowdfunding* e o recrutamento com mensagens sobre a ideia de Fabio, como ela vinha sendo planejada para acontecer e sobre como era importante o engajamento dos fãs na divulgação do projeto, para que chegasse até a banda.

Identifica-se um circuito comunicacional fundamentado na convergência técnica através da combinação de diferentes ferramentas de comunicação digital, bem como de diferentes linguagens midiáticas empregadas na construção das mensagens que circularam nesses espaços. O elemento humano nesse processo de convergência ficou por conta do engajamento na divulgação do projeto, que através do espalhamento permitiu que o objetivo inicial de Fabio fosse atingido.

A configuração desse circuito e seus subcircuitos não cessou quando a ideia do projeto foi executada, nem mesmo quando a resposta de Dave Grohl foi publicada, e nem mesmo após o show da banda em Cesena, em novembro de 2015<sup>14</sup>. O Rockin1000 permanece produzindo conteúdo nas contas dos sites de redes sociais em que o projeto foi inscrito. Poucos dias depois de Dave Grohl ter respondido, Fabio se encontrou com a banda no Washington Park Community Center, em Walla Walla<sup>15</sup>. A chegada de Fabio no aeroporto de Walla Walla foi postada no canal Youtube do projeto, no dia 14 de agosto e, na ocasião, Fabio foi reconhecido e cumprimentado pelo projeto. No Facebook um álbum de fotos (fig. 7) mostra como foi o encontro<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Banda fala sobre a ida a Cesena: [http://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/04/cultura/1446649943\\_423216.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/04/cultura/1446649943_423216.html)

<sup>15</sup> Fonte: <http://www.ibtimes.com.au/foo-fighters-finally-meets-rockin-1000-organiser-fabio-zaffagnini-1460804>

<sup>16</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.1634971460093846.1073741835.1497986060459054&type=3>

Figura 7 – Encontro de Fabio com o Foo Fighters em Washington



Fonte: <https://www.facebook.com/rockin1000/photos/a.1634971460093846.1073741835.1497986060459054/1634971553427170/?type=3&theater>

Em agosto, logo em seguida ao encontro de Fabio com a banda, o vídeo do Rockin1000 ultrapassava a marca de 22 milhões de visualizações no Youtube<sup>17</sup>. Fabio e alguns dos outros organizadores do Rockin1000 são convidados para falar em eventos sobre a experiência com o projeto. O site e as contas nas redes sociais permanecem no ar, sendo atualizados com conteúdo sobre a repercussão do projeto, com fotos e vídeos enviados por pessoas de diversas partes do mundo que participaram da gravação do vídeo e com material ainda produzido pela equipe que idealizou o projeto. A loja online que vendeu camisetas, bolsas e palhetas do projeto para auxiliar na arrecadação continua funcionando, ainda que não conste explicação no site sobre para onde vai o dinheiro arrecadado, já que o projeto já foi executado.

Dessa forma, o circuito que teve início com os vídeos de divulgação, e que deram origem aos subcircuitos relatados, estabelece agora uma continuidade. O foco já não é mais a divulgação da ideia com os objetivos de recrutar músicos, arrecadar dinheiro e dar visibilidade ao projeto. O circuito de agora é de registro, com foco na construção de uma memória do sucesso do projeto, bem como do show que aconteceu abrindo a turnê europeia da banda (que foi posteriormente cancelada em função dos atentados de 13 de novembro em Paris. A multiplicação das conexões já não é mais a meta, mas consequência da visibilidade construída através do circuito de divulgação. As conexões agora ampliam a formação da memória do Rockin1000, que cresce a cada compartilhamento de material com registros do dia em que 1000 músicos reuniram-se ao ar livre para fazer um tributo a uma banda. A movimentação desse circuito ainda depende a produção técnica em cima desses registros, além de novos conteúdos, mas a dinâmica social em torno dessas produções é o que mantém viva a memória do evento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reflexão teórica a partir da análise do caso do Rockin1000 foi motivada pela aproximação das pesquisas que empreendemos acerca de processos de circulação e midiáticação. Estabelecemos como mecanismos principais os conceitos de espalhamento e convergência, e encontramos no caso uma oportunidade de investigar o impacto das dinâmicas sociais em

<sup>17</sup> No final de setembro de 2015, o vídeo estava com quase 25 milhões de visualizações.

processos de midiatização.

O valor que Braga (2012) confere à atividade dos receptores como o elemento que torna a circulação um espaço de reconhecimento e de desvios produzidos pelas apropriações, como mencionamos anteriormente, é um dos principais argumentos que fundamentam nossa análise de que a midiatização do Rockin1000 foi responsável pela potencialização do alcance do projeto. Entender os caminhos pelos quais essa midiatização aconteceu foi nosso objetivo principal. Como consequência, enxergamos a configuração de circuitos e subcircuitos que avançaram no tempo, permanecendo ativos através da circulação motivada pelo espalhamento e pela convergência de registros de memórias do projeto e também de fatos posteriores relacionados ao Rockin1000, seus organizadores e o Foo Fighters.

A análise do caso elucidou algumas questões que fogem aos objetivos inicialmente propostos, porém demonstram a pluralidade de ângulos de observação e estudos. A dimensão que a ideia de Fabio atingiu transparece as entranhas de circuitos comunicacionais que se estabelecem através do engajamento em torno de causas e conteúdos. Estes circuitos englobam questões sobre memória, relacionamento entre celebridades e fãs e transformações em modos de produção e circulação de conteúdos pela indústria da música. Questões que escapam do nosso escopo, mas que acontecem num ambiente midiatizado, marcado pela força da apropriação tecnológica e social de meios e dispositivos comunicacionais.

#### REFERÊNCIAS

AQUINO BITTENCOURT, M.C. Convergência entre televisão e web: uma proposta de categorização analítica. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012, 209p.

BARBOSA, C.; LIESENBERG, S. Aproximações com o conceito de apropriação: uma associação com as imagens de celebridades no blog ‘Te Dou Um Dado?’. Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013. Disponível: [http://compos.org.br/data/biblioteca\\_1977.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_1977.pdf)

BRAGA, J.L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, MA. JANOTI JUNIOR, J.; JACKS, N. Mediação e Midiatização. Livro Compós 2012. Salvador, Brasília. EDUFBA, 2012.

BRAGA, J.L. Mediatização como processo interacional de referência. Versão revista de artigo apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro da Compós, na Uneso, Bauru, São Paulo, 2006.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da midiatização. Revista Matrizes, n.2, abr. 2008. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/view/5236/5260>.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (ORGs.) Mediatización, Sociedad y Sentido: diálogos entre Brasil y Argentina. Programa de Cooperación Científico Tecnológico MINCYT-CAPES 2009-2010.

JENKINS, H. Fans, Bloggers, and Gamers: Media Consumers in a Digital Age. NYU Press: New York, 2006.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. New York: New York University Press, 2013.

KILLEBREW, K.C. Global Aspects of Convergence. In: GRANT, A.; WILKINSON, J.S. (eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

LEMOS, André. Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: sobre interfaces digitais. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>

LÉVY, P. As Tecnologias da Inteligência. Editora 34: Rio de Janeiro, 1993.

GOMES, P.G. Mediatização: um conceito, múltiplas vozes. In: FAUSTO NETO, A.; ANSELMINO, N.R.; GINDIN, I.L. (orgs). CIM – Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones. Rosário: UNR Editora, 2015. p. 33-54.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Editora Sulina: Porto Alegre, 2009.

RECUERO, R. O caso do épico vídeo do Rockin1000. Post no blog da autora, no dia 31 de julho de 2015. Disponível: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2015/07/o-caso-do-epico-video-do-rock1000-p-o-foo-fighters.html>

SHIRKY, C. A cultura da participação. Editora Zahar: Rio de Janeiro, 2011.

ZAGO, G. Circulação e Recirculação de Narrativas do Acontecimento no Jornalismo em Rede: A Copa do Mundo de 2014 no Twitter. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014. 218p.